



ODOXA

Communiqué

## PLÉBISCITÉ PAR LES FRANÇAIS, LE E-COMMERCE A AUSSI CHANGÉ LEUR QUOTIDIEN

Paris, le 8 février 2024 - Selon une étude ODOXA réalisée pour la Fevad, **2 Français sur 3 déclarent que le e-commerce a eu un impact positif sur leur vie quotidienne ces dix dernières années**. Les bénéfices perçus sont globaux et variés : gain de temps, meilleure gestion du budget, mise en correspondance de son mode de vie avec ses convictions, relations sociales, désenclavement géographique et meilleur accès à la santé et au bien-être.

À l'occasion de sa conférence sur les résultats annuels du e-commerce, **la Fevad a voulu mesurer l'impact du secteur sur la vie quotidienne des Français**. L'étude menée par ODOXA auprès d'un échantillon représentatif de la population française<sup>1</sup>, montre à quel point le commerce électronique a transformé le quotidien des Français : 73% d'entre eux déclarent que le e-commerce a eu un impact sur leur vie quotidienne. Ce sondage apporte également des réponses claires à un paradoxe : s'ils émettent parfois des critiques sur les effets d'Internet dans nos vies (dépendance, isolement, sédentarisation, fonctionnement des réseaux sociaux), **les Français jugent très favorablement le e-commerce (65%) jugent son impact positif** alors que seulement 8% l'estiment négatif. **Ce sentiment positif est majoritaire au sein de toutes les catégories de populations**, avec des fluctuations qui illustrent la variété des bénéfices que le e-commerce a apporté aux Français.

### ENVIRONNEMENT, BUDGET, SANTÉ : LES FRANÇAIS PLÉBISCITENT LE E-COMMERCE...

**Environnement** Aujourd'hui, lors de ses achats, le consommateur se veut de plus en plus « citoyen », sensible à la valorisation du savoir-faire national mais aussi à la protection de l'économie française et à la défense de l'environnement. Ainsi, 79% des Français déclarent privilégier les produits fabriqués en France ; 70% ceux respectueux de l'environnement ou bio ; et pour 65% des Français (78% des 15-24 ans), il est important de privilégier les produits issus de l'économie circulaire (reconditionnés, occasion, invendus, recyclés). Enfin, 72% privilégient les produits respectueux des critères sociaux et éthiques.

Face à ces préoccupations, une majorité de Français considère que le développement du commerce électronique a facilité leur accès à des produits fabriqués en France (62%), issus de l'économie circulaire (62%), respectueux de l'environnement (54%) et des critères sociaux et éthiques (54%). Plus d'un Français sur deux (55%) estime que le e-commerce contribue à un meilleur affichage et une plus grande transparence sur les produits : qualités environnementales, conditions dans lesquelles ils ont été produits, origine, etc. Le commerce

---

<sup>1</sup> Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1 055 personnes représentatif de la population française.

en ligne simplifie aussi l'accès à des produits plus responsables. Il agit comme un outil « facilitateur » pour mettre leurs consommations en phase avec leurs convictions.

**Budget** Une large majorité de Français utilise le e-commerce comme un outil au service de leur pouvoir d'achat : il permet d'optimiser les achats, comparer les prix (85%) et mieux gérer leurs budgets et leurs dépenses (63%). Plus d'un Français sur deux (55%), estime que le e-commerce ne pousse pas plus à la dépense que le commerce traditionnel, et 22% indiquent même avoir tendance à être moins dépensiers lorsqu'ils achètent sur internet. Au-delà, il devient aussi pour beaucoup de Français une source de revenus (41% déclarent avoir déjà gagné de l'argent en vendant des articles sur internet) et de plus en plus souvent une porte d'entrée sur le marché du travail : 17% des Français ont déjà trouvé un emploi ou un stage sur un site Internet.

**Santé** Plus d'un Français sur deux (55%) estime que les services en ligne ont un effet positif sur leur santé et leur bien-être : parmi eux, 43% disent avoir un meilleur accès aux soins médicaux et aux professionnels de santé, 35% y trouvent des solutions améliorant leur bien-être ou leur santé mentale et 27% ont augmenté leur activité physique. Les bénéfices sur la santé sont plus fortement mis en avant par les 15-24 ans (68%) et les 25-34 ans (72%), qui se sont visiblement convertis plus rapidement à la médecine et au bien-être connectés.

### **... JUGENT QU'IL LEUR OFFRE UNE PLUS GRANDE LIBERTÉ DE CHOIX ET D'ACTION**

**Liberté** Le e-commerce permet à de nombreux Français de s'affranchir des contraintes : isolement géographique, difficultés de déplacements, horaires inadaptés. Ils sont 73% à faire ainsi des achats ou à accéder à des services hors des horaires d'ouverture des magasins.

**Désenclavement** Le e-commerce permet aussi, à un niveau comparable, de dépasser des distances : 71% des Français, et 75% des habitants de zones rurales, se font ainsi livrer des articles qu'ils ne trouvent pas près de chez eux. Ils réduisent ainsi leurs déplacements automobiles (59%) et déclarent avoir désormais plus facilement accès à des produits « tendance » ou « innovants » (45%). Les habitants de zones rurales sont 70% à souligner l'impact positif du e-commerce et des services en ligne sur leur vie quotidienne. Enfin, 34% des Français considèrent que le e-commerce leur donne accès à des produits auxquels ils pourraient difficilement accéder en raison de difficultés de déplacement, une proportion qui atteint même 48% chez les foyers les plus modestes.

### **... ET QU'IL AMÉLIORE LEUR VIE SOCIALE, FAMILIALE ET AMICALE**

**Pour une très large majorité des Français, commander sur internet permet de gagner du temps et d'enrichir sa vie sociale. Cette révolution sociétale contribue à un meilleur épanouissement personnel et est un vecteur fort d'émancipation.**

**Gain de temps** Pour 85% des cyberacheteurs, le e-commerce et les services en ligne leur permettent d'économiser du temps. Parmi eux, 8 sur 10 l'utilise pour s'occuper de soi et des siens : temps en famille ou entre amis (53%) et une part importante pour les activités culturelles, sportives ou de loisir (44%). Un peu moins de 3 personnes sur 10 (28%) déclarent qu'elles utilisent ce temps gagné pour faire plus d'activités en lien avec Internet (réseaux sociaux, streaming, visites de sites), c'est le cas de 37% des 15-24 ans.

**Vie amicale et amoureuse** Plus d'un Français sur 4 a déjà fait des rencontres grâce à un site de vente en ligne de produits ou de services, dont 18% des rencontres amoureuses ! Dans le détail, on observe que la propension à construire des relations amicales ou sentimentales via

internet est nettement plus importante parmi les populations plus technophiles : hommes (34%), jeunes (40%) et urbains (34%).

**La transformation profonde des habitudes du quotidien provoquée par le e-commerce est largement appréciée des Français. Quand d'autres phénomènes liés à la révolution numérique suscitent l'inquiétude, le e-commerce est perçu comme un levier pour une consommation plus responsable, protectrice du pouvoir d'achat et qui permet d'accéder à une gamme de produits plus large. Ainsi, selon les Français, le e-commerce leur permet de mieux répondre à leurs besoins, d'agir en cohérence avec leurs valeurs, de gagner du temps au quotidien et de mieux se connecter aux autres.**

A propos de l'étude : enquête réalisée par Odoxa du 20 au 28 décembre auprès d'un échantillon de 1055 Français âgés de 15 ans et plus, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus. *La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.*

#### **A propos d'Odoxa :**

Odoxa est un institut d'études et de sondages indépendant qui réalise des études d'opinion, de santé publique et de climat social.

Il est dirigé par deux professionnels du monde des études et des médias et a été fondé avec une promesse forte : donner du sens aux données et aux résultats.

#### **A propos de la FEVAD:**

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère aujourd'hui plus de 800 entreprises. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France. Pour en savoir plus : [www.fevad.com](http://www.fevad.com) / Suivez-nous sur twitter : [@FevadActu](https://twitter.com/FevadActu) et [sur LinkedIn](#).

---

**Contact Presse** : Nathalie Laîné - Responsable Communication  
01 42 56 38 86 [nlaine@fevad.com](mailto:nlaine@fevad.com)